

LAS RAICES ECONOMICAS DE LA IDOLATRIA:

La metafísica del empresario

Franz Hinkelammert

A primera vista seguramente sorprende que se hable de una metafísica empresarial. Aunque esta metafísica existe y es divulgada en todas partes de nuestro mundo burgués, muy raras veces es percibida como tal. Aparece muchas veces como simple descripción de la realidad, o tiene toda la apariencia de un conjunto de alegorías. Sin embargo es omnipresente y abundan en ella las imágenes religiosas especialmente las de la tradición cristiana. El empresario capitalista es un devoto de esta metafísica y la trata como el esqueleto de su religiosidad, y si él presume no tener religiosidad alguna, esta metafísica sí la sigue teniendo.

La metafísica empresarial es una metafísica de la mercancía, del dinero, del mercado y del capital. Ya con los inicios del mundo burgués el pensamiento burgués tiene una percepción metafísica de estos fenómenos y nunca la ha perdido hasta hoy. Ella está presente en toda la ética y moral del empresario capitalista y representa el meollo de la legitimidad del poder del capital. Se expresa en toda la publicidad de la sociedad burguesa, en los diarios, las revistas, los discursos de sus políticos y, sobre todo, en todo lo que proclaman nuestros empresarios. Y paralelamente hay un esfuerzo publicitario gigantesco con el fin de transformar constantemente esta metafísica empresarial en el sentir común de la población entera.

Pero esta metafísica empresarial no aparece solamente en la publicidad de la sociedad burguesa. Igualmente aparece en sus grandes teóricos. Todos ellos presentan y viven el mundo de las mercancías, del dinero, del mercado y del capital como un gran objeto de devoción, un mundo pseudodivino, que está por encima de los hombres y les dicta sus leyes.

El primer teórico en esta línea surge con los inicios de la sociedad burguesa. Se trata de Thomas Hobbes, que percibe este sobremundo —la verdadera naturaleza— como a la vez prometedor y amenazante y lo llama Leviathan. El Leviathan es la sociedad burguesa misma y Hobbes lo llama a la vez el Dios mortal que vive debajo del Dios eterno y que expresa su legitimidad y su derecho absoluto a la represión de los hombres en la figura del soberano.

Ya Hobbes constata, que el dinero es la sangre de este Gran Leviathan. Desde Hobbes en adelante el engranaje de la sociedad burguesa sigue siendo el gran objeto de devoción de la ciencia social burguesa. Locke todavía piensa en términos del Leviathan. Hegel empieza a hablar de la Idea. Adam Smith introduce una transformación importante: el objeto de devoción surge como la “mano invisible” del engranaje social. En el pensamiento actual, sin embargo, ocurre un nuevo cambio importante. Max Weber complementa la “mano invisible” por su racionalidad formal, que es la “racionalidad del Occidente”. Se trata de una eterna lucha, que es “destino”. La Comisión Trilateral lo llama la “interdependencia”.

Trátase del Leviathan, de la Idea, de la “mano invisible”, del “destino” o de la “interdependencia” siempre aparece en el pensamiento burgués un objeto central de devoción, que se identifica con el engranaje: mercancía, dinero, mercado y capital. Cambian las formas de expresión y las palabras, pero jamás cambia su contenido.

De este objeto de devoción el pensamiento burgués deriva su ética y su moral. Los valores y pautas del mercado, por tanto, aparecen —legitimados por el objeto de devoción— como caminos de la virtud o, en caso de su ausencia, como caminos del pecado. Hay pues virtudes del mercado, como hay pecados contra el mercado. También existe una virtud que es absolutamente central: la humildad. Someterse a este gran objeto de devoción y no rebelarse jamás, es exigencia de esta humildad.

No existe por tanto teórico burgués de las ciencias sociales que no predique esta virtud central de la humildad. Hayek es solamente una muestra, cuando dice: “La orientación básica del individualismo verdadero consiste en una humildad frente a los procedimientos...” (del mercado). (*Individualismus und wirtschaftliche Ordnung*, Zürich 1952, p.115). Este pensamiento de devoción es suficientemente burdo, para unir estas sus virtudes con la gran idea de la recompensa. Conoce arrepentimientos, rectificaciones y por fin la gran recompensa. En el mundo pseudomístico en el cual se mueve, la máxima expresión de esta recompensa es el “milagro económico”. Este es considerado como resultado de esta humildad central que da acceso a la libertad.

La libertad del pensamiento burgués es la contrapartida de esta humildad que acepta el dominio de los mercados por encima de todo y que, por eso, es considerado primariamente como una libertad de los precios. Los hombres actúan libremente —en la sombra de su humildad— en la medida en que liberan a los precios, las empresas y los mercados y se someten a sus indicadores.

La virtud del mercado en el pensamiento burgués de hecho no es otra cosa que el sometimiento a los indicadores del mercado, y por eso puede estar tan estrechamente vinculada con la humildad. El pensamiento burgués percibe esta forma de actuación como lo “natural” o, desde Max Weber, como lo “racional”. El hombre es libre en cuanto el dólar sea libre. Esta es la “naturaleza” burguesa.

El enemigo del burgués es tan metafísico como el burgués mismo. En el pensamiento burgués se construye la imagen de este enemigo por simple inversión de lo que él percibe como lo natural. Primero, el enemigo del burgués aparece como el gran rebelde frente a Dios, siendo Dios nada más que otra palabra para el objeto central de devoción que la ideología burguesa se crea. Por eso, el que se levanta en contra de la sociedad burguesa, se levanta según ellos en contra de Dios. Al mismo tiempo se levanta también en contra de la “naturaleza”, que es creación de Dios.

Si bien estos términos directamente religiosos no se emplean siempre, sí se usa siempre una derivación de ellos. Se trata de la negación de la humildad, como el pensamiento burgués la entiende. Negarse al sometimiento al mercado y sus indicadores es, por tanto, el pecado central en contra del mercado y la negación abierta de la humildad. Surge así una imagen del enemigo de la sociedad burguesa, que lo identifica en cualquier intento de oposición al valor central humano tal como el burgués lo conoce. Por tanto su característica central será la hibris, la soberbia y el orgullo.

Mientras el burgués sigue humildemente las virtudes del mercado, dando gracias a su gran objeto de devoción, el enemigo de la sociedad burguesa sigue soberbiamente el camino de los pecados contra el mercado. No conoce ni arrepentimientos ni rectificaciones. Lógicamente, al burgués le llega la recompensa en forma de “milagro económico”, mientras su enemigo no produce más que el caos. El enemigo de la sociedad burguesa actúa a la sombra del Señor del caos. Y ya que el Señor del caos se llama Lucifer, el enemigo de la sociedad burguesa se llama utopista. Lleva al “camino de la esclavitud”, porque niega la libertad de los precios. Es una perversión de la naturaleza según la entiende el burgués.

Esta doble metafísica —la del orden burgués y la del caos de cualquier alternativa al orden burgués— está a la raíz del carácter sumamente violento del pensamiento burgués. Abierta o solapadamente, el pensamiento burgués conlleva una justificación ilimitada de la violencia y de la violación de los derechos humanos. El pensamiento burgués lleva a la legitimación más ilimitada de la violación de los derechos humanos frente a cualquier grupo capaz de sustituir la sociedad burguesa. No hay barbaridad que no se pueda cometer en nombre de esta metafísica empresarial. Basta fijarse en los tipos de tratamiento que Locke recomienda para los opositores a la sociedad burguesa. En especial son tres: la tortura, la esclavitud y la muerte. Esto explica por que en la historia humana no existió una legitimación tan descarada de la esclavitud como la del pensamiento liberal de John Locke, ni una afirmación tan grosera de la violación de los derechos humanos en todos sus ámbitos como precisamente en este autor. Considera a los opositores como “fieras”, “bestias”, “animales salvajes”, y recomienda constantemente tratarlos como tales.

A partir de la imagen metafísica de la propia sociedad burguesa, y por ende de los opositores a ella, lo constante en la acción y la ideología burguesas es ante todo la afirmación de la violación de los derechos humanos para estos opositores; lo constante jamás fue la defensa de estos derechos humanos. La proclamación de los derechos humanos es más bien la excepción. Por esto, el tratamiento que hoy en muchas partes se da a los opositores de la sociedad burguesa no es ninguna novedad. Es el tratamiento que desde Locke en adelante se practicó y recomendó y del cual existen muy contadas excepciones.

En las páginas que siguen trataremos de demostrar en qué forma esta metafísica empresarial está presente en la publicidad corriente de hoy. Es evidentemente imposible que este análisis sea completo. Ni pretende reivindicar representatividad en un sentido estrictamente metodológico. Tampoco creemos que esta representatividad sea necesaria en la medida en que los conceptos que vamos a referir, son prácticamente omnipresentes. Nos vamos a basar en especial en comentarios de diarios y revistas, y en discursos sea de políticos sea, en especial, de empresarios.

La empresa capitalista en el mundo mercantil

Visto desde la perspectiva empresarial, el mundo económico es extremadamente curioso. Todas las mercancías parecen ser pequeños diablillos, que se mueven y que tienen toda especie de relaciones entre sí. Parecen tener comportamientos humanos de todo ti-

po. El lugar de sus movimientos es el mercado, en especial la bolsa. Allí las mercancías suben y bajan, ganan terreno y pierden terreno, tienen triunfos y sufren, bailan, caen. Entre ellos aparecen enemistades y amistades, se casan, hacen compromisos. Pero de manera muy especial surgen entre ellas gran cantidad de conflictos. "El dólar sufrió ayer una leve baja... perdió terreno en otros mercados". "¿Dónde terminará el viaje cuesta abajo del dolar"? El dólar está en un vuelo a pique". "Con la debilidad del dólar americano, el mercado del marco europeo está floreciendo..."

Lo que se dice del dólar, se dice de toda mercancía. El café baila en la bolsa, mientras ocurre una helada en Brasil. El petróleo vence al carbón, el salitre sintético al salitre natural. Los productos electrónicos japoneses invaden al mercado norteamericano, los vinos franceses dominan el mercado europeo del vino. El petróleo venció al carbón, pero provocó una crisis energética. La energía atómica viene a salvarnos de ella.

El mundo económico empresarial no está poblado por hombres sino por mercancías. Las mercancías actúan y los hombres corren detrás. El sujeto básico de este mundo es una mercancía que se mueve y que desarrolla acciones sociales. Siguiendo a las mercancías, aparecen las empresas. También las empresas en este mundo empresarial ejercen acciones, que tampoco conviene confundir con acciones humanas. Todas las relaciones sociales que el empresario descubre entre las mercancías, él las vuelve a descubrir entre las empresas. El empresario tampoco se ve a sí mismo como actuante responsable. El actuante en su visión, es la empresa, y él no es más que el primer servidor de esta empresa.

Sin embargo, en la relación social entre empresas el empresario ve muy explícitamente la guerra entre ellas, y a sí mismo como soldado de esta guerra. Dice el Presidente de Kaiser Resources Ltd.: "Los manufactureros norteamericanos de carbón son viejas compañías que no han hecho nada nuevo en 50 años. Las estamos matando" (*Business Week*, 5.12.77, p.131). *Business Week* describe eso como "marketing superagresivo". En otra referencia dice: "Betamax tuvo demasiado éxito. De un golpe introdujo los cañones de grueso calibre en el negocio". (*BW*, 13.3.78, p.32). Sobre otro tipo de competencia dice: "Estas son tácticas terroristas de las corporaciones, una declaración de guerra" (*BW*, 13.3.78 p.30). "En los duramente combatidos mercados de acero... no se pueden imponer precios más altos... La competencia es demasiado dura... Los japoneses entran en la arena con subvenciones a la exportación..." (*Die Zeit*, 23.12.77). "La VEBA lucha en dos frentes por su futuro... Sin embargo, un convenio... recibió el lunes la bendición del consejo de administración de VEBA".

Pero no se crea que todo es lucha. Las empresas también se casan, hacen compromisos, y a veces también se divorcian. De un fracaso de casamiento se dice: "... no se logró efectuar el matrimonio entre las dos empresas, que fue planificado y siempre de nuevo postergado hace 7 años. Al final incluso se decidió, disolver el compromiso, aquella Corona-Holding que está por encima de los socios" (*Die Zeit*, 23.12.77).

Al igual que la mercancía, también la empresa se transforma así en un ente con personalidad propia, que funciona independiente de la vida concreta de personas concretas. Así como la mercancía se transforma en sujeto actuante, también la empresa se vuelve sujeto activo. Se transforma en el niño preferido del empresario. Un astrólogo afirma sobre su relación con empresarios:

"(La astrología) tiene mucha salida y un amplio campo de trabajo ya que los conocimientos del astrólogo pueden ser útiles a la Medicina, Sociología, Psicología, a las empresas, etc. Son muchas las empresas que solicitan nuestra colaboración cuando su situación es crítica. *Nosotros estudiamos su acta notarial tomando en cuenta el día, lugar y hora en que fue firmada.* Una vez realizado el examen de estos datos, aconsejamos lo que debe hacer o no esa empresa para obtener unos resultados positivos". (*La Crónica*, San Salvador, 22.7.78, p.6. Subrayado nuestro).

La empresa se transforma en personalidad que incluso es jurídica y pide ahora ser atendida. No sorprende por tanto, que las empresas tengan también una moral. A menudo se habla de "la moral de las corporaciones", de "las empresas de reconocida solvencia ética" (*La Nación* 25.5.78, San José). No se trata de la moral o ética de los empresarios, sino del comportamiento ético de sus empresas. Las reglas de buena conducta, que algunos quieren imponer a las corporaciones multinacionales, son de esta misma índole. No se pone en duda la conducta moral de ningún empresario sino la de las empresas.

La relación social más frecuente entre las mercancías y las empresas los empresarios la describen y perciben como una guerra. Según ellos es una guerra sana y saludable. Pero, entre ellos, no es un *catch as catch can*. Es una guerra con fines y con normas. A las empresas, que no los respetan, se acusa por eso de ser terroristas: "tácticas terroristas de las corporaciones", dice *Business Week*. La guerra se hace entre señores, entre verdaderos caballeros.

Los empresarios perciben, pues, en el comportamiento de sus

empresas unas metas y unas normas. La percepción de las metas es una especie de exigencia, que podemos analizar muy bien en un discurso del presidente del Banco de Nicaragua, publicado en *La Prensa*, 30.4.78 de Managua. Se trata de un documento formidable en lo que se refiere a la percepción empresarial del surgimiento de las metas del proceso económico. Habla de la historia económica de Nicaragua posterior a la segunda guerra mundial:

“Dichosamente surgieron hombres arrojados, sin prejuicios, vigorosos y capaces que surcaron la tierra inculta y como *grandes capitanes* dirigieron un inusitado movimiento de transformación nacional. Sin el *dinamismo del algodón* que al fin de cada calendario blanquea nuestros campos feraces, no hubiéramos logrado el *cambio de mentalidad* que se necesitó para sacudir la abulia de nuestra tranquila vida pastoral. Y es que el *cultivo de algodón es un reto que obliga al productor* a emplear las técnicas más avanzadas, a combatir las plagas que pueden destruir totalmente las cosechas y a buscar los máximos rendimientos para obtener ganancias. *El algodónero no puede ser hombre de términos medios*. Tiene que ser resuelto y audaz y por ello constituyó la *base de una mística productiva que dio optimismo y fe en el futuro*” (*La Prensa*, Managua, 30.4.78, subrayado nuestro).

Se trata de un autorretrato perfecto del empresario capitalista. El actor verdadero no es el empresario, sino la mercancía que él produce. Lo solicita la mercancía con su “dinamismo del algodón”. Este dinamismo del algodón es un “reto que obliga al productor” y que produce el “cambio de mentalidad” necesario. Aceptando este reto que obliga, los algodóneros se convierten en “grandes capitanes” que son la “base de una mística productiva que dio optimismo y fe en el futuro”.

El empresario —gran capitán e incluso general— sigue al dinamismo de las mercancías y sabe aceptar su reto. De esta manera puede ser más que de término medio: resuelto y audaz. La empresa es el ámbito en el cual da su respuesta al reto, conduciéndola. Actuando resuelta y audazmente, da optimismo y fe en el futuro. Por esta razón, el empresario se siente siempre el primer servidor de su empresa, entendiéndola su empresa como ámbito de la aceptación de los retos que vienen del dinamismo de las mercancías. Jamás se siente como clase dominante o como señor. Como gran capitán conduce un barco, que es a su vez conducido por una fuerza mucho mayor que él, y que es el mercado como gran objeto de devoción.

El empresario obedece a esta fuerza mayor, y solamente esta

obediencia lo transforma en un gran empresario. De ahí la convicción de todos los empresarios de nuestro mundo, de que ellos son seres humildes por excelencia y verdaderamente ejemplares. La propia maximización de las ganancias les aparece como un acto en este servicio, y les da la recompensa correspondiente a su devoción. Aunque no vaya a la iglesia, el empresario es un ser profundamente religioso, que predica a todo el mundo su buena nueva del sometimiento al engranaje anónimo de los mercados, desde donde un Ser Supremo los interpela.

De estas grandes metas a las cuales el empresario se dedica al servicio de su empresa, se derivan sus normas de comportamiento. Surge de este modo la gran ascesis del capital que impregna todo el comportamiento empresarial. Esta ascesis no es de ninguna manera una prerrogativa limitada al “empresario X puritano”, a la Schumpeter o Max Weber. El empresario puritano es solamente un caso especial de esta ascesis. Se trata de transformar al empresario mismo y a la sociedad entera de una manera tal, que pueda aceptar eficientemente los retos que provienen del dinamismo de las mercancías. “El mundo de los negocios implanta sus normas” (*La Nación*, San José, 1.6.78). Su norma básica es colocar en el centro de la vida del empresario esta “mística productiva” que no es más que una expresión fantasmagórica de la búsqueda incesante de la ganancia. Consume mucho o consume poco, las normas que el mundo de los negocios implanta, exigen que haga todo en función de un mejor servicio a su empresa.

Por tanto, esta ascesis es dura. Implica un “empobrecimiento total” del empresario como hombre concreto, para poder enriquecerse como empresario. Es un tormento que él impone a sí mismo —como a la sociedad entera—, en pos del enriquecimiento de la empresa; en cuyos rendimientos el empresario participa. Un banquero alemán describe esta ascesis del capital en términos perfectos —y por eso mismo ridículos—:

“Un hombre de negocios, y sobre todo un banquero, no debería tratar de tener actividades artísticas. No debería ni hacer música, ni composiciones, no debería pintar jamás, y menos ser un poeta. Porque de lo contrario él echa a perder su buena fama y hace daño a sí mismo y a su empresa”. (*Die Zeit*, 6.1.78):

Es la máxima expresión de estos tormentos que se imponen a sí mismos en pos de la respuesta al reto que ejerce sobre su empresa el dinamismo de las mercancías.

Este tipo de personalidad de hecho es mucho más antiguo que la propia sociedad burguesa. Ya San Pablo la menciona: "En realidad, la raíz de todos los males es el amor al dinero. Por entregarse a él, algunos se han extraviado de la fe y se han torturado a sí mismos con un sinnúmero de tormentos" (1 Tim. 6,9-10). Lo nuevo de sociedad burguesa es que ha transformado este tipo de comportamiento en la raíz misma de la sociedad. Surgió así una nueva metafísica alrededor de la cual gira la sociedad burguesa entera.

Al conjunto de las normas según las cuales este empresario burgués forma su propia personalidad y la sociedad entera, él lo llama la libertad. Y como todas estas normas se derivan del reto que ejerce el dinamismo de las mercancías, al cual el empresario con la sociedad entera quiere responder, también la libertad burguesa se deriva de este hecho básico.

Para que la mercancía pueda ejercer su dinamismo, la mercancía tiene que ser libre. Para que sea libre la mercancía, su precio tiene que ser libre. Estando así libres, las mercancías, pueden ejercer su reto.

En consecuencia, para que el empresario pueda responder al reto de las mercancías libres, la empresa tiene que ser libre. Y la empresa es libre cuando los precios de las mercancías que ella produce son libres.

Siendo libres las mercancías y las empresas, el empresario puede responder al dinamismo de las mercancías, que constituye un reto para su empresa. Por tanto el empresario es libre.

Siendo libres todas las mercancías y toda las empresas, a través de la libertad de ellas, también todos los empresarios son libres y la sociedad también es libre.

Con todo, como ya vimos, esta libertad no es libertinaje. El mundo de negocios implanta sus normas. Son leyes, cuyo acatamiento hace libre. Son leyes de la libertad misma, que transforman tanto al empresario como a la sociedad de una manera tal, que pueden responder al reto que emana del dinamismo de las mercancías. Cuando en Costa Rica se anularon los controles de los precios de los bienes de consumo básico, hubo el siguiente comentario:

"El Ministro de Economía anunció que un grupo de artículos se dejarían libres, a fin de que las leyes del mercado hicieran lo suyo en lugar de los enojosos controles estatales" (*La Nación*, San José, 24.5.78).

Para la metafísica empresarial, esta libertad es la básica y al final de cuentas la única. Los derechos humanos, en cambio, son puramente accidentales. Estando libres las mercancías, están libres las empresas; por tanto, libres los empresarios y libre la sociedad entera. Desde la óptica de la metafísica empresarial —y esto vale desde John Locke, que además de filósofo fue también empresario, habiendo invertido su capital en el comercio de esclavos—, la tiranía más absoluta puede ser el lugar de la libertad. Porque, de acuerdo a esa metafísica, el hombre es libre en el grado en el cual las mercancías son libres.

La empresa capitalista y el dinero

Las mercancías y las empresas no existen una separada de la otra. Ellas forman un conjunto. Según la metafísica empresarial, el dinero es el lazo entre todas ellas.

El conjunto de las empresas unido por el dinero, se presenta como un gran organismo. Ya Hobbes había llamado a este organismo Leviathan y al dinero, la sangre de Leviathan. La metafísica empresarial sin excepción percibe igualmente el dinero como la sangre de la economía. Cuando se dice: “La sangría de la guerra de Vietnam... transformó al dólar en la moneda más débil y vulnerable entre las monedas de países desarrollados” (*Die Zeit*, 24.3.78), nadie se queja de la sangre concreta de hombres concretos en Vietnam. La sangría que en la metafísica empresarial llama la atención, es otra. Es el dinero, que se gastó en esta guerra. Aunque hubiesen habido muchos más muertos, no habría habido ninguna sangría de Vietnam en el caso de que el dólar hubiese salido fortificado.

Desde el punto de vista de la metafísica empresarial no hay otra sangre que no sea el dinero. La inflación es una “fiebre”, y *Newsweek* hace poco llevó el título: “Tomándole el pulso a la inflación”. Nuevas inversiones significan “infusiones de ingresos”, una crisis financiera es un infarto cardíaco. “...la crisis no es un fenómeno cíclico, sino estructural —una especie de artritis industrial en las economías avanzadas. Los economistas del GATT advierten contra las expectativas de poder curar las enfermedades económicas de hoy por medio de estímulos tradicionales a la demanda.” (*Business Week*, 21.11.77, p.138) Se esperan éxitos, cuando “dinero es bombeado a la industria del área...” (*BW*, 5.12.77, p.41) Se habla de la “fiebre de los precios”. Una fiebre que puede ser de purificación: “Un alto índice de precios no es un índice malo, en cuanto que refleja el proceso de recobrar la salubridad de la economía”. (*Die Zeit*, 5.5.78).

Esta sangre del Leviathan, que es el dinero, en la metafísica empresarial, tiene hasta una perspectiva eucarística: “La bolsa de Italia se parece a una iglesia sin fieles, la cual es visitada de vez en cuando por un sacerdote o capellán, para conservar prendida la luz eterna”. (*Die Zeit*, 30.12.77)

En este contexto la percepción de problemas monetarios como la inflación se parece más bien a los boletines médicos: “La libra esterlina pasó un día tranquilo”; “la fiebre volvió”, “se logró evitar el infarto cardíaco”.

Pero cuando se trata de dominar la inflación, los informes se asemejan a partes militares: “El dólar que antes era poderoso, perdió terreno en un amplio frente”. Empieza la búsqueda de armas para combatir la inflación y para salvar al dólar. Los empresarios jamás vienen a salvar a hombres, como tampoco quieren jamás liberar a hombres. Vienen a salvar el dólar, y liberar los precios. Al dólar se le defiende, y el Banco Central tiene la munición para defenderlo. Los políticos del Banco Central preocupados por la inflación se llaman “luchadores contra la inflación”: “Los luchadores de la Casa Blanca en contra de la inflación se presentan en el ring”. “Jimmy Carter declaró la inflación el enemigo número uno” (*Newsweek*, 29.5.78, p.68)

Como en la sociedad precapitalista el mismo dinero fue percibido como la fuerza corrosiva de toda sociedad, ahora la inflación es percibida como tal:

“... la inflación cobra su parte de la moralidad de la nación; como la tortura de agua china barre con el contrato social... La factibilidad de planificar el futuro erode. Lo que es perturbado es la base en la cual el pueblo vive su existencia diaria... una especie de fraude cometido por todos en contra de todos. Es un mundo en el cual nadie cumple con su palabra”. (*Newsweek*, 29.5.78, p. 68, subrayado nuestro).

Apareciendo por tanto la corrosión de la moneda —clave del propio contrato social y límite entre el orden y la guerra de todos contra todos— vuelve a surgir el oro sagrado en el cual efectivamente se puede confiar. “A diferencia del petróleo, un recurso no renovable, casi todo el oro jamás producido sigue existiendo todavía en una u otra forma” (*BW*, 5.12.77, p.19) “...oro, el tradicional refugio del dinero en tiempos de intensificación de disturbios políticos” (*BW*, 5.12.77,p.19). El oro brilla hasta en la basura: “Cuando Anglo perfeccionó un proceso para sacar el último pequeño residuo de oro y uranio de los desperdicios, un nuevo mundo se abrió para la in-

dustria de extracción de oro... finalmente, el proceso de trabajo no es intensivo en mano de obra. No será necesario encontrar los miles de hombres necesarios para una nueva mina de oro convencional". (BW, 21.11.77p.44).

Para otros el nuevo mundo no se abrió tanto. Pero les queda un remedio seguro: rezar:

"Pero Lawrence Hércules va un poco más lejos, dados los nuevos cambios del dólar. 'Rezamos mucho' dice." (BW, 29.8.77p.68).

El encontrará.

La empresa capitalista y el capital

Los empresarios se sienten en guerra. Guerra entre las empresas y guerra contra la inflación. Aunque reine a veces la paz entre las empresas, la guerra entre ellas es lo principal. Su paz es una continuación de su guerra con otros medios. Por medio de estas guerras la acumulación del capital avanza, y con ella —por lo menos, así lo creen los empresarios— toda la humanidad.

Sin embargo, cuando hablan de sus luchas y guerras, lo hacen como el historiador Ranke. Son guerras, en las cuales cuentan solamente los capitanes y los generales. Aunque el soldado raso las tiene que pelear, en esta historia él no aparece: ni su vida, ni su miseria, ni su muerte. Estas guerras tienen reglas —eufemísticamente llamadas 'reglas del juego'— que igualmente son reglas para los generales.

Sin embargo, para los ejércitos industriales, las guerras económicas entre las empresas son tan terribles como cualquier otra guerra. Iguales destrucciones, muertos y enfermedades e iguales destinos humanos destrozados. Pero esta guerra de las empresas no afecta solamente a los hombres, sino que con los hombres destruye la naturaleza. Es a la vez una guerra de tierra quemada y arrasada.

La historia del Tercer Mundo es una historia de estas guerras que devastaron un país después del otro y un pueblo después del otro. Los capitanes del algodón de los cuales nos habló el presidente del Banco de Nicaragua en tiempos de Somoza, siguieron con tanto ímpetu el reto del algodón dinámico, que hoy ya la tierra donde lo plantaron está transformándose en desierto. Los campesinos perdieron su tierra y se transformaron en obreros pobremente pagados, para que los capitanes pudieran ejercer su audacia. Dentro de poco se transformarán en pobladores marginados de una tierra desierta,

carentes de todo sustento de su vida.

Cuando el salitre artificial venció al salitre natural de Chile, una población de centenares de miles de personas tuvo que dejar sus hogares para vagar por el país y mendigar el sustento de su vida. Toda la región se ve hoy como después de un gran bombardeo. Otro tanto ocurrió en el Amazonas, cuando el caucho artificial venció al natural. Cuando en las últimas décadas del siglo XIX el dinamismo del café ejerció su reto sobre los capitanes audaces y resueltos en El Salvador y Guatemala, introdujeron las así llamadas "reformas liberales", cuyo principal contenido era la introducción del trabajo forzado para campesinos indígenas despojados. En la actualidad en todo el Tercer Mundo operan gigantescos proyectos de tala de bosques, que emplean grandes ejércitos de trabajadores que algunos años antes se despidieron de su propia tierra, ahora transformada en desierto. Las hambrunas de la zona de Sahel y de Etiopía fueron los primeros productos de esta táctica de tierra arrasada de las empresas capitalistas en pugna.

Un periodista del *New York Times* pasó por Bangladesh en el período de la gran hambruna y decía: "Grandes partes de Bangladesh parecen como Bergen-Belsen". Bergen-Belsen fue uno de los grandes campos de concentración nazi. Si hubiese viajado por los otros países del Tercer Mundo, habría descubierto que no hay ni uno, donde no existan estas condiciones de vida para partes importantes de la población. El Tercer Mundo entero está cubierto por un gigantesco archipiélago de lugares que se distinguen de Bergen-Belsen únicamente por el hecho de que no tienen alambre de púa alrededor. Pero eso no significa que no haya policía alrededor.

Mas y más regímenes surgen cuyo principal objetivo es mantener reprimidas estas poblaciones, que según MacNamara, ya llegan a cifras de 800 Millones en el mundo capitalista entero. Sufren del desempleo, del hambre y de la ausencia total de cualquier perspectiva hacia el futuro. Y mientras sufren estas condiciones, sus países con su naturaleza son despojados, destruidos y saqueados, quitándoseles la misma base sobre la cual, en el futuro, podrían integrarse en una economía reorganizada y racional.

Por eso, cuando el empresario habla de la guerra entre empresas, él no usa de hecho ninguna alegoría. La guerra es efectiva. Sin embargo, el empresario la trata como una guerra entre generales, y por tanto no habla de los caídos.

Hablando, por otro lado, de guerra contra la inflación, tampoco se equivoca. Los luchadores en contra de la inflación y sus armas son realmente temibles y marciales.

Esto comienza con la confianza de las empresas: "Los luchadores de la Casa Blanca contra la inflación se convencen más y más de que la *confianza comercial (business confidence)* es la llave para sostener el crecimiento económico..." (*US News & World Report*, 11.4.77) Pero esta confianza tiene sus condiciones:

"Como tal vez es predecible, los economistas conservadores tienden a ver el remedio más bien en términos calvinistas. 'Nadie quiere la recesión' dice Fellner. 'El Gobierno debe mostrar que está dispuesto a restaurar la estabilidad y a dejar de burlarse de la gente'. 'Eso puede significar una tasa del 7% de desempleo para hasta 3 años', pero dice, 'no hay otra salida'." (*Newsweek*, 29.5.78p.69).

En seguida aparecen los principales culpables de la situación: los gastos sociales del gobierno y las exigencias sindicales. El empresario es inocente *ex professo*:

"...el proceso de creación de dinero es el corazón de la inflación... Por tanto la economía puede ser conservada sana simplemente por la restricción del suministro del dinero...

El Gobierno encuentra *cada vez más dificultades en controlar sus gastos, ya que más y más de ellos consisten en transferencias de ingresos a ciudadanos que no pueden ser eliminados: los viejos, los pobres y los enfermos...*

Pero el mayor reto al llamado de Carter a la restricción... lo ponen los sindicatos que tienen que ser persuadidos a aceptar aumentos de salarios inferiores al promedio, por lo menos en términos relativos. 'Nos tendremos que tragar el anzuelo'." (*Newsweek*, 29.5.78 p.72 subrayado nuestro).

Es importante subrayar que la información contenida en este comentario es falsa. La parte más fija de los gastos del gobierno de EEUU no son transferencias sociales, que tienden a disminuir, sino los gastos militares, que tienden a subir. Sin embargo, a los luchadores contra la inflación les interesa otra cosa:

"En suma, la estagflación (inflación con estagnación) no es ningún reflejo de nuestra incapacidad sino más bien de nuestro compromiso con valores sociales, de la fuerza política relativa de estos valores en comparación con nuestro interés por el 'dólar sano y sonante' (*sound dollar*), y de nuestra disposición de confiar más en el gobierno 'que en el mercado'. (*BW*, 27.2.78,p.18).

En toda esta metafísica empresarial el enfrentamiento entre “crecimiento sano”, e inflación es de hecho otra cosa: se trata de hecho del enfrentamiento entre el ‘dólar sano y sonante’ y lo que se llama “valores sociales”. En el fondo, para la metafísica empresarial, la inflación no es más que otra palabra para el compromiso con tales valores sociales. Este compromiso se ve en los dos niveles:

1. gastos del gobierno para “los viejos, los pobres y los enfermos”.
2. las reivindicaciones de las organizaciones sindicales. Y el compromiso con el dólar sano es lo contrario de estos valores sociales: crecimiento “sano”, ley y orden.

Por eso, cuando los empresarios dicen que la inflación subvierte “la moralidad de la nación”, “barre con el contrato social”, constituye un “fraude cometido por todos contra todos”, crea un mundo en el cual “nadie cumple con su palabra”, afirman al mismo tiempo todo eso —aunque no se atrevan a hacerlo expresamente— de cualquier compromiso con estos “valores sociales”.

Los “valores sociales” aparecen como la gran fuerza corrosiva de la sociedad capitalista moderna, y el compromiso con ellos es visto como ruptura del “contrato social” y su transformación en “fraude cometido por todos en contra de todos”, e.d., una especie de compromiso con la guerra de todos contra todos que, en la tradición liberal en la cual este texto está escrito, significa la perversión más absoluta.

Toda la tradición liberal coincide en que, frente a aquel que vuelve al estado de guerra de todos contra todos, rompiendo el contrato social, cualquier tratamiento es lícito. Para este caso dice Locke, que hay que tratarlos como “fieras”, “bestias”, “animales salvajes”. Por esta razón, reproches como “romper el contrato social”, en el lenguaje liberal, son una amenaza terrible. Con tales palabras todo se declara lícito frente a los opositores.

Evidentemente, no se atreven a llevar a cabo estas amenazas dentro de EEUU. La organización sindical es demasiado fuerte para ser tratada en esa forma. La misma existencia de esta organización sindical hace tan difícil —aunque de ninguna manera imposible— el bajar los gastos de transferencia para “los viejos, los pobres y los enfermos”.

Es distinto, cuando los luchadores contra la inflación se convierten en especialistas del Fondo Monetario Internacional (FMI) e integran las misiones del FMI a los países del Tercer Mundo. Allí entonces imponen lo que en EEUU todavía no pueden imponer.

Las misiones del FMI son una de las fuerzas mayores en el sometimiento actual de los países del Tercer Mundo. Estando todos estos países endeudados sin posibilidad de pagar, no tienen otra alternativa que la de romper con el sistema capitalista o seguir endeudándose. Mientras tengan regímenes burgueses, la ruptura queda excluida. Por eso tienen que seguir endeudándose y sometiéndose al chantaje de los países desarrollados. Las misiones del FMI son los portavoces de estos chantajes.

Las misiones del FMI vienen en nombre de la lucha contra la inflación. Jamás estudian la situación concreta de algún país. Su dictamen ya lo tienen listo antes de llegar, y es monótonamente el mismo, no importa donde lleguen. Rige el dogmatismo más absoluto que se conoce. Sus exigencias siempre son dos:

1. bajar los gastos del gobierno para "los viejos, los pobres y los enfermos".
2. destruir a la organización sindical.

Acatado el dictamen de la misión del FMI, bajan sensiblemente los gastos "sociales" del país respectivo y las organizaciones sindicales quedan destruidas. La miseria, la mortalidad, el hambre atestiguan que se ha perdido una guerra.

Sin embargo, jamás bajan los gastos del gobierno, y tampoco las tasas de inflación, a no ser muy excepcionalmente. Los gastos "sociales" son sustituidos por gastos militares y policiales todavía mayores. Los que rompieron el "contrato social" son tratados, como Locke lo recomendaba. Con la guerra perdida aparece la fuerza de ocupación.

Pero hay un punto, en el cual la misión del FMI, se interesa por el país concreto. Mira muy bien, lo que se puede extraer. El dictamen entonces contiene exigencias sobre la entrega de materias primas y concesiones para la "maquila". Los bosques son condenados a morir y las otras materias primas a ser saqueadas.

Son misiones de destrucción del hombre y de la naturaleza, siendo la naturaleza la vida futura de los hombres. Por eso arrastran detrás de sí una huella de sangre. Sangre del pobre, que la convierten en dinero, que es la sangre de su economía, sangre del Leviathan. El sonar del dólar se convierte en grito del terror.

Perdida la guerra, la inflación sigue igual. Pero al FMI o a los luchadores contra la inflación eso ya no les preocupa. "Un índice alto de precios no es un índice malo, siempre y cuando refleje la recupe-

ración de la salubridad de la economía" (*Die Zeit*, 5.5.78) Eliminados los gastos para "los viejos, los pobres y los enfermos" y destruidos los sindicatos, la inflación sigue igual. Pero ahora refleja la "recuperación de la salubridad de la economía". Ya no es amenaza. En Brasil, ya desde 15 años, refleja tal "salubridad".

Los luchadores contra la inflación evidentemente prefieren una economía sin inflación a una con inflación. Pero la inflación de hecho no les preocupa. Su preocupación es ganar otra guerra: la guerra en contra de los pueblos.

Por tanto, lo que los luchadores contra la inflación logran e intencionan, es algo diferente de lo que dicen. Se trata del cambio de las condiciones de la acumulación del capital a escala mundial. Se trata de la acumulación de capital de las corporaciones transnacionales.

La naturaleza: arrepentimientos, rectificaciones y recompensas

"La Madre Naturaleza... da preeminencia a aquellas especies que demuestran tenerla en su favor: en especial, la sobrevivencia en la lucha darwiniana por la existencia." (Paul. A. Samuelson, *Newsweek*, 26.5.75,p.41).

Cuando el "dólar sano y sonante" se enfrenta con los "valores sociales", en la óptica de la metafísica empresarial se enfrenta la naturaleza con la antinatura, lo artificial y lo perverso.

La metafísica empresarial tiene un concepto de naturaleza, que es exactamente lo contrario de la naturaleza como la enfocaba la tradición aristotélica-tomista. En esta tradición lo natural es que el hombre tenga para vivir y trabaje para que lo tenga. Lo antinatural es la orientación mercantil de las actividades humanas.

La metafísica en esta misma tradición, por tanto, es un trascender de esta naturaleza concreta en el marco de su preeminencia. Por eso Tomás de Aquino insiste en que los valores "superiores" jamás deben realizarse en detrimento de los valores "inferiores", siendo estos últimos los valores de la vida concreta, del trabajo por la vida digna. Esta manera de ver limita incluso los peores excesos de este pensamiento. Hasta en el caso de la legitimación de la esclavitud —que Tomás expresamente comparte con Aristóteles— no son capaces de conceder al amo del esclavo el derecho absoluto sobre la vida del esclavo.

La "naturaleza" empresarial es lo contrario. Es una naturaleza estrictamente mercantil, para la cual la naturaleza concreta es simple vehículo sin derivarse ni un solo derecho de ella. Es una naturaleza, cuyas leyes son aquellas de la respuesta al dinamismo de las mercancías. Una naturaleza en la cual la libertad es la libertad de los precios y de las empresas. Los valores de la vida concreta, allí prácticamente no existen, sino que son vistos más bien como antinaturaleza. Por eso, cuando este pensamiento liberal pasa a la legitimación de la esclavitud, como lo hace Locke —y en su tradición, las grandes corrientes del pensamiento burgués hasta el siglo XX— lo hace en los términos más inmisericordes imaginables.

La naturaleza empresarial es estrictamente metafísica. No trasciende a la naturaleza concreta, sino que se enfrenta a ella. Es metafísica pura, y, por tanto es una "naturaleza" de puras invisibilidades. Precios, mercancías, empresas son sus elementos constitutivos, mientras que los elementos constitutivos de la naturaleza concreta son hombres y valores de uso.

Con todo, la metafísica empresarial concibe su naturaleza en términos análogos a la naturaleza física. Como una casa se derrumba, si no está construida de acuerdo a la ley de gravedad; la economía se derrumba si no está construida según las leyes de la metafísica empresarial. Las leyes que surgen de la respuesta al reto de las mercancías dinámicas son percibidas como leyes producidas por los hechos, por esta naturaleza mercantil; y ella las impone aunque sea mediante el derrumbe de la economía que no las respete.

Cuando escasean los alimentos, según esta ley deben aumentar los precios. Eso significa, que algunos se quedan sin ningún alimento, y en consecuencia mueren. Según la metafísica empresarial, murieron por un dictado de la naturaleza. Si al contrario, se controlan los precios y la distribución de los alimentos, todos sobreviven. Pero, según la metafísica empresarial, esto sería un acto contra la naturaleza, cuya ley era el aumento del precio. El control del precio fue un acto antinatural, perverso, ruptura del contrato social y, al fin y al cabo, en contra de la humanidad. Se perdió la libertad, ¿y qué vale la vida sin libertad?

Cuando la madera escasea, el dinamismo de la mercancía madera emite un reto, al que el empresario responde talando los bosques y transformando la naturaleza en desierto. Según la metafísica empresarial, eso se hizo acatando un dictado de la naturaleza. Siguiendo este dictamen de su "naturaleza", se están destruyendo al Tercer Mundo, pero jamás a los países centrales —con sus Rocky Montains y la Selva Negra—.

Cuando los pueblos se defienden y cuidan la naturaleza como su base de vivir, cometen nuevamente un "acto en contra de la naturaleza" y el FMI los va a chantajear hasta que abran sus países al saqueo. Y el FMI defiende la naturaleza en contra de la antinatura, la perversión, la ruptura del contrato social. Defiende la humanidad y la libertad, aunque sea a hierro y fuego. Y cuando el metafísico empresarial deja de hablar de la "naturaleza", habla con Max Weber de la "racionalidad" que exige precisamente todo eso que la naturaleza empresarial exigió antes.

En la óptica empresarial las grandes víctimas de esta lucha entre dos naturalezas— la naturaleza del 'dólar sano y sonante' y la antinatura de los 'valores sociales' —no son los empobrecidos, destruidos y desempleados. Son al revés, los empresarios mismos:

"El sector empresarial de nuestros países *sufre* casi en forma persistente, esta lucha entre los hechos y los intereses de los políticos y de algunos grupos sociales..." (*La Nación*, San José, 24.5.78 subrayado nuestro).

Y si son cristianos, se identificarán en estos sus sufrimientos con el Cristo crucificado en persona. Los pobres serán acusados de crucificadores.

Todos los valores, pautas y condiciones del comportamiento empresarial se convierten así en "leyes de la naturaleza" que no pueden ser violados. Como realmente existe una "lógica del comportamiento" en los mercados, la metafísica empresarial transforma esta lógica en ley de la naturaleza.

El empresario mismo vive esta lógica real. Cuando un producto escasea, efectivamente un control de precios es engorroso y poco eficiente. La conclusión empresarial es que hay que aumentar el precio y dejar sin abastecimiento a aquel que no puede pagar; la responsabilidad la tienen el mercado y Dios. La alternativa de una reorganización del aparato distributivo y de la distribución de ingresos no se le ocurre o la descarta.

Una experiencia parecida el empresario la hace cuando despide al obrero o le niega trabajo. El ni despide ni contrata por gusto y no podría hacerlo. Cuando el obrero protesta él le puede contestar ajustándose a los hechos, de que es el mercado el que lo obliga a despedirlo, no él. El, como empresario, con mucho gusto le daría trabajo. Pero el mercado no le deja. De nuevo, el mercado y Dios corren con la responsabilidad; el empresario nada tiene que ver. Y otra vez evita o desplaza la discusión de una organización alternativa de la produc-

ción, en la cual ningún mercado obliga a dejar a nadie sin trabajo.

Negando las alternativas, el empresario transforma la lógica de los mercados en ley de la naturaleza. Si no hay alternativa, todo tiene que ser como es, y el empresario es la figura que sufre este conflicto sin tener ningún remedio sino afirmar la naturaleza. El es sostén y servidor de la empresa y no instancia de decisión. Como lo dice el presidente de la Asociación de empresarios de El Salvador: "... el magnífico equipo humano que constituye el sostén de la libre empresa en El Salvador..." (*La Prensa Gráfica*, 20.5.78 subrayado nuestro).

En nombre de la naturaleza la metafísica empresarial se adhiere a la irresponsabilidad más absoluta.

...en la constitución de una empresa se deben obtener utilidades... Pretender lo contrario es *utopía*. Es ir *contra la naturaleza* del hombre y de la sociedad.

Lo que queremos señalar es que, dados ciertos principios básicos en una economía, estos deben cumplirse fielmente y no deben estar al arbitrio de los políticos, de los funcionarios de turno o de cualquier persona.

Son normas que deben acatarse. Son las premisas de un *desarrollo sano*.

Muchas veces los controles y las trabas se convierten en "bomerang" contra los propios consumidores, no solo en cuanto a los precios en sí, sino también en lo tocante a la calidad de los productos y a otras especificaciones importantes.

En la economía como en la naturaleza, los artificios nunca dejan buenos dividendos...

El artificio es pues un signo de evasión y pereza". (*La Nación*, San José, 24.5.78, subrayado nuestro).

En esta naturaleza, es un derecho que las empresas obtengan ganancias aunque los hombres no tengan ningún derecho a vivir. Poder vivir o no, es asunto de "valores", no de leyes naturales. Obtener ganancias para la empresa, no es asunto de valores, sino de una "ley natural", o en el lenguaje de Max Weber, de "racionalidad". Y cualquier opositor que se levanta en contra de una ley natural, es utopista. Levantarse en contra de las leyes naturales del mercado, es tan ilusorio como levantarse en contra de la ley de la gravedad. Es simple locura. El utopista, por tanto, aparece como un hombre que busca artificios para pasar por encima de la ley de gravedad.

Existe, pues, en esta visión, un *deber* de acatar las leyes de esta "naturaleza". De ahí deriva una ética, con arrepentimientos, rectificaciones y recompensas. Si no se acatan las leyes naturales, se im-

pone el arrepentimiento:

“Tarde o temprano, la economía de un país *choca con la realidad*, es decir, con la ciencia económica, que no puede apartarse de los hechos. En este momento se deshacen teorías políticas y sentimientos para dar paso al *humilde reinado de la realidad cotidiana*. Es la hora, en frase bíblica, *del crujir de dientes*, cuando se añoran las posibilidades que se tuvieron al principio, cuando había tiempo suficiente de penetrar por el *buen camino*, aunque no fuese muy agradable para ciertos grupos”. (*La Nación*, San José, 24.5.78, subrayado nuestro).

Constituida así la “naturaleza” o “racionalidad”, la metafísica empresarial empieza a predicar y divulgar sermones. La economía que no observó las leyes naturales, choca con la “realidad”. Este choque obliga al arrepentimiento —a la luz de las oportunidades que se han perdido, por los malos pasos que se dieron. Se impone la realidad, sus leyes y sus deberes. El sometimiento resultante trasluce la humildad, que es contrapartida y condición de un arrepentimiento verdadero. El paso se abre al “humilde reino de la realidad cotidiana”, a por tanto al arrepentimiento “del crujir de dientes”, lo que la metafísica empresarial percibe como una perfecta coincidencia con la Biblia. Los malos pasos —la violación de las leyes del mercado en función de “valores sociales”— desaparecen por el arrepentimiento y aparece el “buen camino”. Este buen camino es bueno, aunque no sea “muy agradable para ciertos grupos sociales”. Estos grupos sociales de nuevo son aquellos, que fueron ya responsabilizados de la inflación por parte de los luchadores contra la inflación: “los viejos, los pobres y los enfermos” y los sindicatos obreros y campesinos.

Claro está, el paso al buen camino no se agota en el arrepentimiento bíblico. Exige también rectificaciones. Hay que reconocer efectivamente las leyes del mercado como deber y virtud, y no solamente a nivel individual, sino también de toda sociedad. En el discurso ya citado del presidente del Banco de Nicaragua, bajo Somoza este agrega lo siguiente:

“Hay un peligroso estancamiento económico y no se vislumbran los elementos dinámicos que impulsen un reactivamiento. *La confianza se ha venido perdiendo y esta no se restablece sino a base de actos positivos y de rectificaciones*. La inversión privada se ha paralizado y el *dinero que tanto necesitamos para nuestro desarrollo está huyendo en cantidades considerables*”. (*La Prensa*, Managua, 30.4.78, subrayado nuestro).

Los malos pasos que se dieron destruyeron la confianza, y perdida la confianza, el dinero huye. Como dice ya el banquero Abs: "El dinero es tímido como un venado". Pero se necesita el dinero, y no se lo puede tener de vuelta sino por "actos positivos y rectificaciones". El mero arrepentimiento no basta.

Sin embargo, el presidente del Banco de Nicaragua bajo Somoza, esta vez tiene en mente un cambio político:

"Parecería que la razón básica de esta situación de incertidumbre y descontento, es la continuidad de un mismo régimen personalista por un período prolongado" (*La Prensa*, Managua, 30-4-78).

Pero la lógica empresarial sigue siendo la misma: No se vislumbra una mercancía dinámica que pudiese ejercer el reto necesario por el cual el empresario se sienta interpelado. El dinero huye, la confianza se viene abajo. Esta vez la razón por la que las mercancías no pueden ejercer su reto dinámico se encuentra en la situación política: el régimen personalista de Somoza. El presidente del Banco por tanto, se vuelve antisomocista. La burguesía nicaragüense esta vez se siente amarrada por las arbitrariedades de Somoza. La economía deja de ser calculable y por eso Somoza aparece como tirano. La burguesía necesita un régimen burgués, lo que hoy en día implica cada vez menos un régimen parlamentario. Pero sí tiene que ser un régimen impersonal que acate las leyes del mercado.

Nótese con todo, que, en el contexto general, esta confrontación de la burguesía con regímenes personalistas no es típica. Lo era hasta cierto punto en los inicios de la sociedad burguesa, lo que explica la apariencia de una identificación de la burguesía con los derechos humanos. Lo que hoy normalmente se pide como rectificación en función de las leyes del mercado, es precisamente la destrucción de los sindicatos y la eliminación de los gastos sociales del presupuesto, que en los inicios de la sociedad burguesa ni existían.

Este juego de choques con la realidad, y la consiguiente humildad, con el arrepentimiento y las rectificaciones necesarias que superen los malos pasos para encontrar el "buen camino", lleva a la constitución de una compleja ética empresarial. Es una ética de la "verdad de los precios", de las virtudes del mercado y de los pecados contra el mercado. El buen camino pasa por la verdad de los precios y las virtudes del mercado.

Sobre el presidente de los viticultores de la región de Bordeaux se dice:

“...se defiende en contra del reproche de haber dado al traste con las ‘virtudes de la economía del mercado’ y menos aún de haber creado una especie de seguro social para la viticultura”.
(*Die Zeit*, 16.12.77p.23).

Al contrario, él afirma haberse defendido del “fantasma especulación”: “Creemos, que hemos exorcizado algunos demonios” (*Die Zeit*, 16.12.77 p.23).

Pero también existen pecados contra el mercado. En nombre de las “virtudes de la economía de mercado” se llama a la cruzada en contra de los pecados contra tal economía. De un congreso internacional de bancos se dice: “Allí se inserta la idea de una cruzada de lucha contra la inflación en el corazón de hombres, causa en la que el Estado juega el papel decisivo en la economía” (*Die Zeit*, 5.5.78).

Pero a diferencia de tantos otros pecados no se piensa que los pecados contra la economía de mercado no se traguen en esta vida. Al contrario. Ya en nuestro mundo reciben su castigo. Por lo menos, así lo creen los institutos de análisis de coyuntura de la República Federal de Alemania:

“Suena como un juicio, con el cual el *gran registro de pecados* en el campo de la política de salarios y económica es sancionado: los cinco institutos independientes de análisis de coyuntura de Alemania anuncian en su informe común de primavera, que el crecimiento económico total de este año sólo alcanzará un 2,5%..., y eso con el supuesto de que todos los responsables de la economía se comporten racionalmente...

Las razones habría que buscarlas en una profunda *falta de confianza* de parte de las empresas, de la cual los *sindicatos tendrían la culpa principal*...

El castigo para este comportamiento fallido —un punto menos de lo que habría tal vez sido posible— es elevado...”. (*Die Zeit*, 5.5.78 subrayado nuestro).

Aparece, pues el castigo del mercado, que sanciona a los pecados contra el mercado. Aunque, con humildad, arrepentimiento y rectificaciones, no se puede anular este castigo, surge, con todo, la posibilidad de una recompensa adecuada en el futuro. Cuando el gobierno de Begin, en Israel, se despidió definitivamente de las ideas de la liberación del hombre y se dedicó a la liberación de los precios, Milton Friedman comentaba:

“Las medidas de economía política de Israel... muestran la misma combinación de audacia, agudez y coraje como la guerra de 6 días o la liberación de los rehenes en Entebbe. Y deberían ser no menos importantes para el futuro de Israel. 29 años de dominación socialista... Todo esto ha cambiado. Por primera vez, desde la fundación del Estado israelita, los ciudadanos ahora pueden comprar y vender libremente dólares, sin un timbre de permiso de algún burócrata... En esencia ahora ya no son tratados como pupilos del Estado, sino como un pueblo libre, que puede controlar él mismo su propia vida... fuera con el socialismo, hacia el mercado libre, hacia el capitalismo. Prometen mas libertad personal... prometen una sociedad mejor, más sana y más fuerte.

Si este arranque de Israel hacia la libertad tiene éxito, entonces —predigo yo— acontecerá el mismo milagro económico, que un avance comparable de Alemania en 1948 ha producido... Como están las cosas en Israel, este milagro favorecerá en especial a aquellos grupos de la población, menor favorecidos... Y además: El sistema económico y político más libre atraerá más dinero e inmigrantes de los países occidentales desarrollados”. (Newsweek, según Die Zeit, 6.1.78 subrayado nuestro).

Esta voz de profeta anuncia el milagro, que aparece ahora como la recompensa de los arrepentimientos y rectificaciones. Del mismo modo que a los pecados contra la economía del mercado corresponde el castigo, a las virtudes del mercado corresponde la recompensa: el milagro económico. El acto máximo de la virtud del mercado, en este caso, es la liberación del dólar.

No es casual, que Friedman compare esta medida económica por un lado con una guerra, por otro con una “liberación de rehenes”. Como en Entebbe estaba secuestrado un grupo de hombres, así en el Israel “socialista” estaba secuestrado el dólar. Había perdido su libertad, un rehén en manos del régimen “socialista” secuestrador. Las medidas del nuevo gobierno, en cambio, lo liberaron. Liberando al dólar, todo el pueblo se liberó, por la sencilla razón, que la libertad del dólar es la libertad, su verdadera esencia. Por eso, según la metafísica empresarial, la exigencia moral de “liberar a los presos” corresponde a la máxima virtud de “liberar al dólar y a los precios”.

Parece humor negro, cuando el profeta Friedman dice que su “milagro favorecerá en especial a aquellos grupos de la población menos favorecidos”. Sin embargo, aparte de ser humor negro, es una alusión a aquel reino de la justicia, con el cual se compromete

toda metafísica empresarial. Este reino de la justicia brota directamente de la liberación de los precios y de la búsqueda de las utilidades:

“Invertir significa no solo contribuir a la creación de riqueza y ocupación, y con ello colaborar en el reinado de la justicia social y en la solidez de la economía, sino también tener oportunidad de obtener utilidades”. (La Nación, San José, 24.5.78 subrayado nuestro).

El metafísico de la empresa ve a la empresa como creador de ocupación, y se olvida fácilmente, que *la ocupación es la condición de la creación de la riqueza por parte de la empresa. Pero se afirma, al revés, que la inversión crea riquezas y ocupación.* Por tanto, se la presenta como camino a la justicia social, aquella única justicia social que la metafísica empresarial entiende: la que no viole la ley de la rentabilidad.

En pos de este “reinado de la justicia social”, el metafísico de la empresa puede aceptar cualquier reivindicación social y constantemente afirma a todas. Sin embargo, las afirma no en términos utópicos, sino en términos “realistas”, conforme a las leyes de la “naturaleza”. Mejor nivel de vida, mayores salarios, mejor educación y salud, superación de la extrema miseria en el mundo, pleno empleo... el empresario está siempre de acuerdo. Pero, realista como es, él sabe muy bien, que todo eso no se puede tener de un día para otro.

Respetando las leyes de la naturaleza —su naturaleza empresarial metafísica—, él sabe también, que para llegar al “reinado de la justicia social” hay que incentivar a las empresas, cuyos sostenes y servidores son los empresarios. Pero las empresas viven de la ganancia, como el animal de trabajo vive de la comida. Cuanto más esfuerzo, más ganancia necesitan. El acercamiento al reinado de la justicia social, sin embargo, es un esfuerzo colosal, que la empresa no puede realizar sin ganancia colosal. Esta es la ley de gravedad de la naturaleza empresarial.

Por tanto, sí a todo: mayor nivel de salarios, de educación y salud, pleno empleo y superación de la extrema miseria, sí; pero también sí a los únicos medios “sanos” para lograrlo: mayores ganancias. Porque las ganancias de hoy son la inversión de mañana y ocupación y crecimiento de pasado mañana. Sin embargo: mayores ganancias significan menos salarios, menos educación y salud, y más miseria y muchas veces también más desocupación. Así se llega a la “dialéctica maldita” de la metafísica empresarial: para acercarse al “reinado de la justicia social” hay que aumentar precisamente el

“reinado de la injusticia social”. Cuanto más fomentamos la injusticia, más rápido llegamos a la justicia. La misma injusticia es el “buen camino” a la justicia, en la óptica empresarial.

La metafísica empresarial comete aquí un simple *quid pro quo*. El hecho concreto de un vínculo objetivo entre nivel de vida y nivel de las fuerzas productivas lo transfigura en un hecho abstracto de su naturaleza metafísica. Transforma las grandes metas de la justicia social en finalidades fantasmagóricas del crecimiento económico y del proceso de acumulación de capital. En esta transfiguración la posibilidad de la justicia aparece, por eso, limitada por la “escasez de capital” y por la capitalización sobre la base de maximización de las ganancias como el camino para lograrlas. El “reinado de la justicia social” se transforma en tarea de Sísifo, y el brillo del capital se presenta como el brillo de la justicia.

En verdad, las tareas de la justicia dependen muy poco del nivel de las fuerzas productivas. El pleno empleo sencillamente no tiene nada que ver ni con la escasez de capital ni con el nivel de las fuerzas productivas. Las fuerzas productivas indican el nivel de la productividad y no del empleo. El pleno empleo es exclusivamente un problema de la organización de la economía y el desempleo, un resultado de la sacralización de la lógica de los mercados en forma de una ley natural.

La vida digna, por otro lado, es un problema de distribución de un producto existente y no de un producto por haber en el futuro. El aumento del nivel de vida se conecta con el desarrollo de las fuerzas productivas, mientras la dignidad de la vida se conecta con la distribución de lo existente de una manera tal, que todos puedan vivir. Educación y salud dependen de las fuerzas productivas solamente en el grado en el cual se refieren a la utilización de técnicas determinadas, pero de ninguna manera como servicio social.

Por esto, para un pensamiento concreto y responsable frente a los hechos, el capital es un simple obstáculo de la justicia social. En la óptica empresarial sin embargo, es la luz en las tinieblas y la estrella de la mañana.

Al transformarse el empresario en abogado de la justicia social, el anhelo de justicia es transformado en vehículo de la acumulación de capital. Cuando la injusticia se hace aparecer como justicia, el anhelo de la justicia se transforma en motor de la injusticia misma. Arrasando con poblaciones enteras y con la naturaleza misma, la acumulación de capital se entiende como un aporte al “reinado de la justicia social”.

Milton Friedman resume las metas de esta lucha por la justicia, mencionando los programas sociales, que tienen que desaparecer, para que haya justicia:

“Los programas agrícolas, beneficios generales a la vejez, leyes de salario mínimo, legislación en favor de sindicatos, aranceles, reglamentos para concesión de licencias en los oficios y en las profesiones, y así sucesivamente, en lo que no parece tener fin”. (*Capitalismo y Libertad*, Madrid 1966, p.41).

De esta manera, la justicia es sustituida por un vehículo fantasmagórico, del cual se sostiene, que lleva a ella: el crecimiento económico “sano”. No se trata de otra cosa que de la propia acumulación del capital. Toda su agresividad tiene ahora su legitimidad en la referencia a la justicia social. Del nuevo presidente del Banco Central de EEUU se dice:

“De una manera dura chairman Miller está aprendiendo de que es bien fácil hablar en contra de la inflación; en cambio, balancear las necesidades de un real crecimiento económico a corto plazo contra el intento de luchar contra la inflación, es una tarea que él recién empieza a percibir. Que el cielo le ayude en esta tarea”. (*Newsweek*, 29.5.78).

Como ya se sabe, luchar contra la inflación es luchar por la disminución de los gastos sociales del gobierno y por el debilitamiento de los sindicatos. Esta lucha hay que balancearla con la necesidad de un crecimiento real. Y como se trata de una injusticia cometida en pos de la justicia, que es producto fantasmagórico del crecimiento, cabe el llamado al cielo. Dios —una evidente sublimación del mercado y del capital— ayudará en esta tarea difícil.

El crecimiento económico sano como resultado de la acumulación de capital y de la negativa a las exigencias de la justicia, se transforma en el mito dinámico de la metafísica empresarial. La constitución metafísica de la naturaleza es su condición. A partir de esta concepción de la naturaleza toda catástrofe social puede ser vista como catástrofe natural. La crisis económica, subdesarrollo, bajos salarios se parecen ahora a terremotos, huracanes y mal tiempo. No hay explotación, de la misma manera como un huracán no explota a nadie. La ley de gravedad opera, y la ley del mercado también.

Por tanto, no habiendo alternativa a la ley del mercado, no hay tampoco alternativa a la acumulación del capital y al crecimiento económico “sano”. Las metas de la justicia se transforman, por eso, en productos que se esperan de la acumulación de capital.

Surge como problema de la legitimidad de la sociedad burguesa la necesidad de convencer en lo posible a las clases obreras y campesinas, de que no hay otra justicia que ésta, utilizando sea la intimidación, sea la persuasión. En el grado en que dejan de orientarse por proyectos socialistas, estas clases no tienen cómo evitar su orientación hacia la acumulación de capital, sea en forma afirmativa, sea en forma de un reivindicacionismo sin proyecto.

Sin embargo, la sociedad burguesa busca la aceptación afirmativa por parte de la clase obrera, lo que produce conflictos entre las virtudes de la economía del mercado —liberación de los precios, disminución de gastos sociales, debilitamiento de la organización sindical— y sus necesidades de legitimación más allá de la clase empresarial. Este conflicto se soluciona por un compromiso.

Este compromiso consiste en la exportación inmisericorde de las virtudes de la economía del mercado hacia los países económicamente débiles, donde regímenes de fuerza suplen la falta de legitimidad del sistema. Estos regímenes son sustentados por los países altamente desarrollados del centro, que en su interior sostienen su legitimidad sobre la base de un respeto relativamente alto a la fuerza sindical y a la política social.

Por eso el FMI jamás impone a los países céntricos programas tan catastróficamente extremistas como los que suele imponer en el Tercer Mundo. Aunque la orientación por las virtudes del mercado es en todos los países la misma, la radicalidad de su implantación es muy diferente. Los países céntricos necesitan esta base de legitimidad más amplia, para poder sostener los regímenes de fuerza en el Tercer Mundo, los cuales no podrían sostener estas virtudes del mercado sin el apoyo exterior.

En esta legitimación de la sociedad burguesa en los países céntricos es cada vez más importante la referida vinculación entre acumulación de capital, crecimiento económico y justicia social. En el grado en el que se logra acoplar las organizaciones sindicales con esta perspectiva, éstas pueden hacer suya la misma perspectiva de la acumulación del capital y pasan a ser cómplices de toda agresividad que esta acumulación implica.

Un papel central juega a este respecto la preocupación por el desempleo. En la perspectiva socialista se busca la solución del desempleo en un cambio de las relaciones sociales de producción. En el grado en el cual prevalece la perspectiva capitalista, la búsqueda del pleno empleo pasa por la aceleración de la acumulación del capital y de las tasas de crecimiento. La organización sindical que acepta

esta segunda alternativa, sigue hablando de la necesidad del pleno empleo, pero la identifica ahora con la política del crecimiento económico y la acumulación del capital. Sobre todo las organizaciones sindicales en EEUU y en Alemania Federal han adoptado esta perspectiva.

En esta perspectiva entonces, todo obstáculo a la acumulación del capital aparece como un peligro para el empleo. Por tanto, en nombre de la justicia las organizaciones obreras pueden ser usadas como fuerza de choque en contra de grupos sociales que obstaculizan la acumulación de capital. Esto por la simple razón de que tales organizaciones obreras esperan ahora la solución de sus problemas sociales mediante una acumulación de capital absolutamente desenfrenada —exceptuando lo que se refiere al nivel de vida de su grupo.

Surge así una lógica invertida de los intereses obreros, que es contraria a la lógica de la solidaridad internacional que había prevalecido en la perspectiva socialista. Ciertamente es limitada a determinados países capitalistas del centro, pero opera allí con gran poder. Apoya la agresividad de la acumulación de capital en especial en dos líneas: en contra de los países del Tercer Mundo y sus movimientos de liberación, y en contra de los movimientos sociales que luchan por la protección del medio ambiente.

La siguiente cita sirve para demostrar ese tipo de lógica referente a la protección del medio ambiente y los límites del crecimiento:

Mientras hoy no queda casi nadie, que no llame a un mayor crecimiento del rendimiento económico para poder solucionar el problema del pleno empleo, hace apenas unos años se presentó el crecimiento económico como obra del diablo. (*Die Zeit*, 5.5.78)

...mientras se presentaba el crecimiento económico más y más como un asunto moralmente cuestionable y peligroso para toda la humanidad ... los 'límites del crecimiento' se revelaron como una Fata Morgana, que se disuelve en la nada, cuando uno se le acerca.

El bajo crecimiento económico no preocupa solamente a aquellos que no quedan indiferentes frente a la suerte de los desempleados ... crecimiento económico débil —o peor aún, crecimiento cero, como fue propagado hace pocos años— podría transformarse, junto con el cambio técnico, en una peligrosa carga explosiva social. Porque si el crecimiento no es suficiente para crear puestos de trabajo para todos aquellos que pierden su puesto de trabajo anterior, en la oficina o la

fábrica, como consecuencia del progreso técnico, el número del desempleo podría aumentar como una avalancha. (*Die Zeit*, 5.5.78).

Desvinculado así el problema de la ocupación de las relaciones sociales de producción y vinculado con la rapidez y agresividad de la acumulación de capital, resulta posible el siguiente tipo de propaganda:

“Después del congreso del Partido Socialdemócrata (alemán) el canciller enfatizó, que los ciudadanos no deben permitir que se destruyan sus puestos de trabajo bajo el pretexto de la protección del medio ambiente, y menos todavía por la acción de ‘individualistas bien intencionados’ o ‘ciertos círculos intelectuales’. Un gran aplauso de los sindicatos le respondió, ellos que se han proclamado, no sin éxito, ‘la iniciativa ciudadana más grande del país’.” (*Die Zeit*, 13.1.78).

Este tipo de argumentos es fácilmente aplicable a las relaciones con los países del Tercer Mundo. Para que haya trabajo, se necesitan materias primas baratas. Se requiere petróleo. Por eso es necesario tener mercados en países donde el capital goza de “confianza”. Los movimientos de liberación de estos países pueden llegar a presentarse como un peligro para los logros sociales en los países del centro. En América Latina la AFL/CIO se ha transformado, a través de la ORIT, en un brazo del capital multinacional de EEUU. La misma explotación del Tercer Mundo y el saqueo de sus riquezas de materias primas puede así transformarse en la condición para garantizar los logros sociales de los movimientos obreros de los países céntricos.

De esa forma se completa el círculo. La acumulación de capital crea islas dentro de un mundo explotado y con una naturaleza crecientemente destruida, islas donde la acumulación más desenfrenada se vincula con salarios altos y altos gastos sociales de los gobiernos. La presión del desempleo, sin embargo, sirve constantemente para obligar a la población a seguir adelante, y aumentar el ritmo de acumulación, y a combatir los obstáculos de esta acumulación que, en su manera de ver es la garantía de la ocupación. Por eso, la acumulación del capital se lanza con toda su furia agresiva sobre las grandes regiones empobrecidas, en las cuales la población y la naturaleza son destruidas y quedan al criterio del capital, mientras las islas modernas en este gran mundo empobrecido sirven al propio capital para presentarse como portador del “reinado de la justicia social”.

Solamente así logra constituir en estas islas desarrolladas su legi-

timidad sobre bases amplias, lo que permite mantener allí regímenes parlamentarios. En el resto del mundo recurre a regímenes de fuerza, cuya existencia no es explicable sino por el apoyo que estos países del centro —democráticamente legitimados— les prestan. No teniendo estos regímenes ninguna base suficiente de legitimidad propia, son los regímenes más dependientes que pueden imaginarse. Por eso, no tienen otra salida que entregar sus poblaciones y su naturaleza a la explotación y al saqueo por parte del capital de los países del centro.

Únicamente el conjunto de este cuadro analítico explica por qué, en los países céntricos, el capital se presenta con la cara de la justicia social y de la democracia.

La oposición a la metafísica de la empresa

La metafísica de la empresa ve sus opositores en los mismos términos metafísicos con los cuales se ve a sí misma. Pero para tal efecto invierte estos términos.

Puesto que se oponen a la libertad de los precios y de las empresas, son vistos como enemigos de la libertad. Ya que oponen a la naturaleza metafísica del mundo mercantil, la naturaleza concreta y material de hombres concretos con su derecho a trabajo, pan y techo, son materialistas. Como rechazan el sometimiento a las fuerzas superiores del mercado, son la presencia de la hbris, soberbia y orgullo. Dado que pretenden construir una sociedad sin usar la ley del valor como la ley de gravedad de la economía, son utopistas. Al proclamar su derecho a la defensa de la vida concreta, son violentos.

El empresario se ve a sí mismo como un ser libre, idealista, humilde, realista y pacífico. A su opositor lo ve como enemigo de la libertad, materialista, orgulloso, utopista y violento. El empresario representa, por eso, el orden y la justicia, y sus opositores, al terrorismo y la anarquía.

Y como para toda metafísica empresarial la historia mundial es un juicio final, sus opositores reciben los frutos amargos que la propia realidad les brinda. Al empresario, con sus virtudes del mercado, la naturaleza les brinda un milagro económico. A su opositor, le brinda el caos.

En la visión de la metafísica empresarial este caos es tan metafísico como el milagro económico. Del mismo modo como el milagro económico es una secularización del cielo religioso, el caos es una secularización del infierno de la tradición religiosa. Por tanto,

el empresario actúa al amparo de Dios, y su opositor al amparo del diablo. Cuando el empresario se enfrenta con su opositor, vive el enfrentamiento entre Dios y el diablo. Por eso la metafísica empresarial habla tanto del exorcismo, cuando se refiere a sus opositores.

“Nos ha tocado vivir en una época en que el mundo entero se debate en una abierta lucha entre el orden, la legalidad y la justicia por un lado, y el terrorismo, la anarquía y los sentimientos más inhumanos por el otro...” (*Prensa Gráfica, El Salvador, 20.5.78*).

Al polo del terrorismo, de la anarquía y de los sentimientos más inhumanos lo vinculan siempre con lo utópico:

“... voces demagógicas que ofrecen a nuestros trabajadores paraísos imposibles de obtener, y los inducen a la ruptura de la paz social por medios violentos.” (*Ibid.*, subrayado nuestro).

Los denuncian como “...hordas que pretenden llevarlo (al obrero) a su propia destrucción”, “perturbadores del orden”, “han hecho de la violencia su norma de conducta”.

“Es evidente que esa libertad sería aniquilada por un régimen opresivo y colectivista que pomposamente se hace llamar ‘mundo nuevo’ o la ‘nueva sociedad’.” (*Ibid.*)

De este maniqueísmo estricto la percepción metafísica del opositor puede pasar al reproche de la blasfemia:

Ellos están “en abierto reto a la autoridad terrenal y en descubierto irrespeto y violación a nuestra Constitución Política y demás leyes, llegando al extremo de dar interpretaciones teológicas a leyes humanas.” (*Ibid.* Subrayado nuestro).

Estas leyes humanas, a las cuales dan “interpretaciones teológicas”, que constituyen en la óptica de la metafísica empresarial verdaderas blasfemias, son aquellas leyes, que en la tradición aristotélica-tomista precisamente se llaman derecho natural. Se refieren a la satisfacción de las necesidades básicas como derecho del hombre.

La metafísica empresarial tiene otra naturaleza, la de las mercancías, del dinero y del capital. Evidentemente la interpreta en términos teológicos como verdadera naturaleza divina. Pero la metafísica empresarial no considera esta “naturaleza” como producto humano, ni sus leyes como leyes humanas. Por eso, se siente absolutamente legítimo al divinizarlas. Constituyen su gran objeto de devoción.

En cambio aquella naturaleza concreta y material, de la cual vive el hombre concreto y a la cual tiene que proteger para poder vivir de ella, es vista por el metafísico empresarial como un ámbito de leyes humanas, cuya interpretación teológica es percibida como escándalo y blasfemia.

La crítica que citamos se dirige contra la teología de la liberación. El escándalo, que percibe la metafísica empresarial, lo ve en el hecho de que la liberación de los precios y de las empresas haya sido sustituida por la liberación de los hombres. Por eso, aparece de nuevo en el propio campo religioso el reproche del orgullo, del levantamiento no solamente en contra de la "autoridad terrenal", sino en contra del mismo Dios.

Quien se levanta contra las relaciones mercantiles del dinero y del capital, y por tanto, quien afirma al hombre concreto con sus derechos de trabajo, pan y techo, desde la óptica de la metafísica empresarial se levanta contra el propio Dios. Dios y el capital por un lado, el hombre concreto y necesitado y el diablo por el otro. Esta es la visión máxima de la metafísica de la empresa.

En esta polaridad metafísica aparece la reacción del empresario como algo inevitable. Surge frente a los "Caínes contemporáneos", que son "vivo ejemplo de la insensatez y de la falta de sentimientos humanos de quienes luego *pretenden escudarse en derechos que ellos mismos pisotean y destruyen*" (*Ibid*, subrayado nuestro).

Ninguna libertad para los enemigos de la libertad, ningún derecho humano frente a los enemigos de los derechos humanos. Quien no quiere la liberación de los precios y de la empresa, no quiere ni la libertad ni los derechos humanos. Por tanto, obtiene exactamente lo que quiere, cuando se le niega la libertad y el reconocimiento de sus derechos humanos. Y teniendo lo que quiere, de hecho es libre.

Como no quiere la libertad —que se deriva de la liberación de los precios— obtiene lo que quiere cuando se le quita la libertad. Por esto, en la sociedad burguesa todos siempre son libres, tanto los ciudadanos reconocidos como los perseguidos, los ricos y los pobres. Esta invocación de la libertad —un verdadero "llamado de la selva"— incita al metafísico empresarial a salir

"del campo lírico de la conversación para llegar al campo de la acción... demostremos con hechos que el régimen de libre empresa sabe responder al reto de las inquietudes de la época en que vivimos." (*Ibid*).

La idolatría empresarial: el fetiche

Excepto para la metafísica empresarial misma, es a todas luces claro que esta metafísica es una gran idolatría precisamente en el sentido en el cual esta palabra es usada en la tradición bíblica. En alusión a este hecho, Marx la llama fetichismo. Es el sometimiento del hombre y de su vida concreta al producto de sus propias manos, con la consiguiente destrucción del hombre mismo por la relación que él establece con el ídolo. Todo ídolo es, en este sentido, un Moloc que devora al hombre. El ídolo es un "dios" ligado a la opresión.

Sin embargo, hay un elemento nuevo importante. La metafísica empresarial se refiere a un objeto de devoción que ciertamente es producto humano. Pero, y esto constituye la diferencia con la idolatría conocida en la Biblia, este producto humano transformado en objeto de devoción es un producto humano *no-intencional*. No es, en el sentido literal, un producto de la acción, sino de la *interacción* humana. Es una manera de los hombres, de interrelacionarse.

Por eso, el ídolo de la metafísica empresarial es invisible, lo que lo distingue del ídolo bíblico, que es hecho de elementos de la naturaleza concreta y por tanto visible. Es imagen concreta. En su forma de producto no-intencional de la interacción humana, el ídolo empresarial es fetiche.

Dado este carácter invisible y no-intencional, la idolatría empresarial ha podido absorber muchos elementos centrales de la propia tradición cristiana, transformándolos en elementos del fetichismo. En el conjunto de sus ramificaciones llega a dar la impresión de una verdadera inversión del cristianismo.

A partir de la metafísica empresarial surge un concepto de naturaleza, cuyo obstáculo único es el hombre que expresa sus necesidades y que reivindica la naturaleza concreta como ámbito y condición de su vida concreta. Este hombre concreto aparece como el gran antípoda de una divinidad de la metafísica empresarial que no es otra cosa que la simple sublimación del mercado, del dinero y del capital, en función de los cuales la empresa opera. Un dios de los poderosos, que sometió a los hombres.

Frente a este fetiche cabe la reivindicación de la crítica bíblica de la idolatría, y el consiguiente discernimiento de los dioses. En la tradición bíblica el Dios verdadero es aquel, cuya voluntad es que el hombre concreto, con sus necesidades concretas sea el centro de la sociedad y de la historia. Al competir con el hombre, el ídolo compite con Dios. Se erige como Dios en la medida en que transforma al

hombre en un ser depravado, cuya miseria es el camino de la grandeza del Dios. El Dios bíblico, en cambio, está allí donde la sociedad y la historia gira alrededor del hombre concreto y la satisfacción de sus necesidades concretas.